

# **RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

## **SKRIPSI**

Oleh

**ARIF SUHANDHA**

NIM : 08510030



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2013**

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG  
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN)  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**ARIF SUHANDHA**

NIM : 08510030



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG  
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

**SKRIPSI**

Oleh

**ARIF SUHANDHA**  
**NIM : 08510030**

Telah Disetujui 30 Maret 2013  
Dosen Pembimbing,

**Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.**

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,

**Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**  
**NIP : 19720212 200312 1 003**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**RESPONSI MASYARAKAT KOTA MALANG  
PADA SITUS BERITA MALANGONLINE.COM**

**SKRIPSI**

Oleh

**ARIF SUHANDHA**  
**NIM : 08510030**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 5 April 2013

<b>Susunan Dewan Penguji</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Ketua <u><b>Irmayanti Hasan, ST., MM</b></u> NIP: 197705062003122001	(                      )
2. Sekretaris <b>Dr. H. Ir. Masyhuri, MP.</b>	(                      )
3. Penguji Utama <u><b>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag</b></u> NIP: 196201151998031001	(                      )

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,

**Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si**  
**NIP : 19720212 200312 1 003**

## **KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini, saya pembimbing skripsi dari mahasiswa :

Nama : ARIF SUHANDHA

NIM : 08510030

Jurusan : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Menyatakan bahwa skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah dan siap diujikan oleh tim penguji skripsi.

Demikian untuk menjadikan maklum.

Malang, 30 Maret 2013

Dosen Pembimbing,

**Dr. H. Ir. Masyhuri, MP.**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Karya tulis ini saya persembahkan untuk :**

**Kedua Orang Tuaku :**

**Tercinta dalam hatiku yang paling dalam Ayahanda  
Rojikin dan Ibunda Mestinah yang selalu memberikan  
motivasi dan doa. Terima kasihku dengan air mata yang  
tak terbendung karena kerja keras mereka selama ini.  
Tak ada kata yang bisa mewakili kasih sayang mereka  
sampai kapanpun.**

**Teruntuk Ayang Putri Septi Ayu Anggraeni, yang selalu  
menemaniku dalam suka dan duka. Terima kasih karena  
tak lupa memberiku motivasi, arti, dan kekuatan dalam  
menjalani kehidupan ini. Semangat kasih sayang semoga  
terus terjaga sampai nanti.**

**Sahabat-sahabatku tercinta yang telah bersedia  
memberikan inspirasinya untuk mengubah hidup ini.**

## **MOTTO**

**Kita bisa memiliki apa yang kita inginkan, tetapi kita mesti memperjuangkannya agar bisa menikmatinya dengan layak.  
(Gabriel Garcia Marquez)**

## **KATA PENGANTAR**

Hidup ini tak lebihnya sebuah proses yang mendalam. Segala keberhasilan dan kesuksesan manusia sebagai makhluk yang diciptakan tidak terlepas dari sang Kholik, Allah SWT, yang tak pernah lelah memberikan hidayahnya kepada kita semua. Maka tidak ada yang menandingi satu kata pun untuk berucap syukur akan kehadirannya.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, dengan segala taufik, hidayah, dan inayahnya senantiasa terlimpahkan kepada hambanya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada pelita hati umat Islam, sang penghuni surga, Muhammad SAW. Dengan segala cinta kasihnya, penuh pengorbanan, dan keikhlasan telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Selanjutnya ucapan terima kasih, penulis haturkan yang terhormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. A. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat.
3. Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan semangat dan bimbingan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Ir. Masyhuri, MP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan bimbingan yang sangat bermanfaat.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis selama belajar di Universitas ini.
6. Seluruh staf Fakultas Ekonomi yang telah membantu kelancaran administratif.



7. Ayahanda Rojikin dan Ibunda Mestinah, atas dukungan, kasih sayang, perhatian, pendidikan serta motivasi baik dalam bentuk materiil maupun moril yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik-adikku, Fitriah Hikmatul Jannah dan Faizah Muzakkiah Al-Qawwaf, serta seluruh keluarga besarku yang telah mendukung agar menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teruntuk Ayang Putri Septiayu Anggraeni, terima kasih telah menemani hari-hariku.
10. Sahabat-sahabatku tercinta Eko Budi Setiawan, Hari Supriyono, Bayu Andri Setiawan, Ariel, Heru, Fathur, dan banyak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan dukungan, masukan serta motivasi kepadaku.
11. Sahabat-sahabatku di Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Ekonomi Moch. Hatta yang telah memberikan makna perjuangan dalam menjalani hidup ini.
12. Sahabat-sahabat di Badan Eksekutif Mahasiswa (FE) 2010. Kalian telah memberikan arti persahabatan.
13. Seluruh sahabat-sahabatku angkatan 2008 yang masih tersisa, perjuangan yang sebenarnya baru saja dimulai.
14. Kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah ikut membantu dan memotivasiku selama menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu.

Teriring doa dan harapan semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Amin....

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Penulis hanya dapat berdo'a atas segala jasa yang telah diberikan, semoga amal ibadah kita diterima oleh Allah SWT, amin.

Malang, 30 Maret 2013

Arif Suhandha

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Kajian Teoritis .....	18
2.2.1. Pengertian Responsi .....	18
2.2.2. Jasa.....	18
A. Definisi Jasa .....	18
B. Karakteristik Jasa .....	19

C. Klasifikasi Jasa .....	21
D. Kualitas Jasa .....	22
2.2.3. Perilaku Konsumen.....	24
A. Definisi Perilaku Konsumen.....	24
B. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	24
C. Keterlibatan dan Persepsi Konsumen .....	31
D. Sikap Konsumen .....	35
E. Ciri-Ciri Sikap .....	36
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap .....	37
2.2.4. Pengenalan Berita dan Media .....	38
A. Definisi Berita .....	38
B. Karakteristik Berita .....	39
C. Bentuk Penyajian berita .....	40
2.2.5. Situs Berita Online .....	41
2.2.6. Desain Visual dan Tata Letak .....	43
2.2.7. Kemampuan Menggunakan Internet .....	44
2.2.8. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	46
2.2.9. Kerangka Berpikir.....	47
2.2.10. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III : METODE PENELITIAN .....	49
3.1. Lokasi Penelitian.....	49
3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
3.3. Populasi dan Sampel .....	49
3.3.1. Populasi.....	49
3.3.2. Sampel.....	50
3.3.3. Teknik Pengambilan Sempel .....	50
3.4. Data dan Sumber Data .....	51
3.5. Teknik Mengumpulkan Data.....	51
3.5.1. Kuisioner .....	51

3.5.2. Wawancara.....	51
3.5.3. Dokumentasi .....	51
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.7. Skala Pengukuran.....	53
3.8. Uji Instrument Penelitian .....	55
3.8.1. Uji Validitas .....	55
3.8.2. Uji Realibilitas .....	55
3.9. Pengujian Model .....	56
3.8.1. Uji Signifikansi model dan parameter.....	56
3.8.2. Uji Kelayakan Model .....	56
3.10. Metode Analisis Data.....	58
<b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
4.1. Paparan Data dan Hasil Penelitian .....	62
4.1.1. Sejarah Singkat dan Profil Malangonline.com .....	62
4.1.2. Struktur Organisasi .....	62
4.1.3. Fasilitas Layanan.....	64
4.2. Gambaran Umum Responden .....	68
4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.2. Berdasarkan Usia .....	69
4.2.3. Berdasarkan Pendidikan terakhir .....	69
4.2.4. Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4.2.5. Berdasarkan Jenis Pendapatan .....	71
4.3. Gambaran Distribusi Item .....	71
4.3.1. Variabel Produk .....	72
4.3.2. Variabel Frekwensi Promosi Situs .....	74
4.3.3. Variabel Tempat.....	76
4.3.4. Variabel Sosial .....	78
4.3.5. Variabel Personal .....	80
4.3.6. Variabel Psikologi.....	82

4.3.7. Variabel Budaya.....	85
4.3.8. Variabel Dependent.....	86
4.4. Uji Validitas .....	87
4.5. Uji Realibilitas .....	88
4.6. Uji Signifikansi Model dan Parameter .....	88
4.7. Uji Kelayakan Model .....	89
4.8. Hasil Uji Kelayakan Model.....	89
4.8.1. Berdasarkan Perbandingan Chi-Square Uji dan Tabel.....	90
4.8.2. Berdasarkan Perbandingan Tingkat Signifikansi .....	90
4.8.3. Analisis Responsi Masyarakat pada Situs Berita Malangonline.com	90
4.8.4. Pembahasan Data dan Hasil penelitian .....	93
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1. Kesimpulan .....	104
5.2. Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1. Variabel, Indikator, dan Item .....	53
Tabel 4.1. Distribusi Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2. Distribusi Usia Responden.....	69
Tabel 4.3. Distribusi Pendidikan Terakhir .....	69
Tabel 4.4. Distribusi Pekerjaan Responden .....	70
Tabel 4.5. Distribusi Pendapatan responden .....	71
Tabel 4.6. Distribusi Variabel Produk Situs.....	72
Tabel 4.7. Distribusi Variabel Frekwensi Promosi Situs .....	74
Tabel 4.8. Distribusi Variabel Tempat.....	76
Tabel 4.9. Distribusi Variabel Sosial .....	78
Tabel 4.10. Distribusi Variabel Personal .....	80
Tabel 4.11. Distribusi Variabel Psikologi .....	82
Tabel 4.12. Distribusi Variabel Budaya.....	85
Tabel 4.13. Pernyataan Konsumen/Pengunjung Secara Umum.....	86
Tabel 4.14. Uji Validitas Korelasi Product Moment .....	87
Tabel 4.15. Uji Realibilitas .....	88
Tabel 4.16. Model Summary.....	89
Tabel 4.17. Hasil Uji Kelayaan Model .....	89
Tabel 4.18. Variabel in the Equations.....	91
Tabel 4.19. Classification Table .....	93
Tabel 4.20. Ringkasan Signifikansi Tabel $\alpha = 0,1$ .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 2.2. Model Faktor Perilaku Konsumen Menurut Kotler .....	30
Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen Menurut Shciffman dan Kanuk .....	31
Gambar 2.4. Model Pemrosesan Informasi Konsumen .....	34
Gambar 2.5. Kerangka Berpikir .....	47
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran I: Biodata Peneliti .....</i>	109
<i>Lampiran II: Bukti Konsultasi .....</i>	111
<i>Lampiran III: Kuisioner .....</i>	112
<i>Lampiran IV: Pedoman Wawancara .....</i>	114
<i>Lampiran IV: Hasil Output SPSS.....</i>	115

## ABSTRAK

Suhandha, Arif, 2013 SKRIPSI. Judul : “Responsi Masyarakat Kota Malang pada Situs Berita Malangonline.com”

Pembimbing : Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.

Kata Kunci : Responsi, Perilaku Konsumen, Media Online

---

Situs berita malangonline.com merupakan sebuah situs yang memiliki beragam informasi yang lengkap dan *up to date*. Situs ini bermuatan lokal yakni Kota/Kabupaten Malang. Adapun situs yang mempunyai slogan “Satu Situs untuk Semua” ini pada *contentnya* berisikan tentang berbagai berita yang dibagi menjadi beberapa kolom bagian. Antara lain malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealth, malangstyle, jelajah, dsb. Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada tanggapan pengunjung atas situs berita malangonline.com.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari peluang pengaruh pada minat masyarakat Kota Malang untuk mengunjungi malangonline.com. Hal itu dijelaskan melalui variabel-variabel yang sesuai dengan realita di lapangan. Disajikan dengan item pertanyaan yang sesuai dengan teori-teori pemasaran dan perilaku konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuisioner, pengamatan, dan wawancara. Sedangkan analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan pendekatan eksploratif (*eksploratori*).

Dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dari Analisis Regresi Model Probabilitas Logit diketahui pada penelitian yang terdiri dari 20 item. Dimana terdapat Penelitian terdiri dari 20 item, dimana terdapat 6 item yang koefisiennya signifikan pada  $\alpha = < 0,1$  (10%), yaitu publikasi malangonline.com maksimal (X2.1) yang mempunyai signifikansi 0,049 (4,9%), fasilitas yang ditawarkan sudah baik (X2.2) mempunyai signifikansi 0,036 (3,6%), saat membuka halaman situs, mudah diakses (X3.2) yang mempunyai signifikansi 0,068 (6,8%), mengunjungi situs karena pengaruh teman (X4.2) yang mempunyai signifikansi 0,051 (5,1%), gaya hidup berpengaruh untuk mengunjungi situs (X5.3) yang mempunyai signifikansi 0,092 (9,2%), dan situasi ekonomi berpengaruh untuk mengunjungi situs (X5.4) yang mempunyai signifikansi 0,053 (5,3%).

## ABSTRACT

Suhandha, Arif, 2013 THESIS. Entitled: “Malang Public Response in Malangonline.com News Site”

Advisor : Dr.H.Ir.Masyhuri, MP.

Key Words : Response, Consumer Behavior, Online Media

---

Malangonline.com is a news site which has a variety of complete and up to date informations. The site is loaded with the local city information of Malang. It has “One Site for All” as its slogan and contains various news columns divided into several sections; malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealt, malangstyle, jelajah, etc. In this case, the researcher focuses on the visitors responses of malangonline.com news site.

This study aims to explore the opportunities effect on the public interest of Malang to visit malangonline.com. It is explained by the variables in accordance with the reality on the field. This research is presented with the question items in accordance with the theories of marketing and consumer behavior. The data was collected by questionnaire method, observation, and interviews. In analyzing the data, the researcher uses quantitative analysis with explorative approach (exploratory).

As the result of the study, the researcher can deduce that the Regression Analysis Probability Models Logit known on the research consisting of 20 items. It is found in the research which consists of 20 items, of which there are 6 items that the coefficient is significant at  $\alpha = <0.1$  (10%), ie X2.1) with a significance of 0.049 (4.9%) and (X2.2) with significance 0.036 (3,6%), ie (X3.2) with a significance of 0.068 (6.8%), (X4.2) with a significance of 0.051 (5.1%), ( X5.3) with a significance of 0.092 (9.2%), and (X5.4) with a significance of 0.053 (5.3%).

## مستخلص البحث

سوهاندا، عريف، 2013 م، "استجابة المجتمع بمالانج في موقع الأخبار  
malangonline.com"

المشرف: الدكتور مهدي رضوان

### الكلمات الأساسية: استجابة، معاملة المستهلك، وسائل الدولية

موقع الأخبار malangonline.com هي موقع الأخبار عندها كثير الأخبار الكاملة المتأخرة. يملأ موقع الأخبار عن الأخبار المحلي في مالانج. وإعلانها "واحد موقع الأخبار للجميع" فيها الأخبار التي تنقسم إلى malangnews, malangbiz, malangsport, malangtravel, malanghealth, malangstyle, jelajah, وفي هذا البحث يبحث الباحث عن إصغاء المستهلك في موقع الأخبار malangonline.com

الهدف من هذا البحث هو ليطلب فرصة الآثار عن رغبة المجتمع بمالانج لتقديمها في موقع الأخبار malangonline.com. ويبينها في متغيرين المناسبين في الميدان. ويشرحها بسؤال المناسب مع نظرية التسويق و معاملة المستهلك. والأدوات لجمع البيانات في هذا البحث هي: الاستبيانات والملاحظة والمقابلة. وتحليلها بتحليل الكمي بمدخل الاستكشاف.

في هذا البحث عشرون متغيراً. متغيرين عاملهما مغزى في (10%)  $\alpha = 0,1$  هي x2.1 عاملها (4,9%) 0,049 و x2.2 عاملها (3,6%) 0,036. وهي (x3.2) عاملهما (6,8%) 0,068، (x4.2) عاملهما (5,1%) 0,051، (x5.3) عاملهما (9,2%) 0,092، (x5.4) عاملهما (5,3%) 0,053.

